

教師力アップのための ビジネス理論入門 第2回

日本語教師が最低限知っておいたほうがいいビジネスの用語や概念を、日本語教育場面に当てはめて解説します。ビジネス理論を授業に応用して、教師力を磨きましょう。

文○佐々木瑞枝 イラスト○渡辺鉄平

佐々木瑞枝



武蔵野大学文学部・大学院教授、エコー
ルプランタン日本語教師養成講座講師、
日本語ジェンダー学会会長。日本語教育
の実践派として知られ、「外国語としての
日本語」(講談社)、「日本語教育の教室
から」(大修館)など著書多数。また文科
省検定中学国語教科書にも書き下ろし文
が掲載されている。ホームページ
<http://www.nihongonosekai.com/>

今月のテーマ

代表的な戦略論

「戦略」(Strategy)とは何か

日本語教師にとって「ストラテジー」という言葉は聞きなれた表現だと思えます。日本語教育能力検定試験にもたびたび登場する「ストラテジー」は、もともとはビジネス用語の「戦略」に使われている用語です。

これからますます世界経済が不況に向かおうとしています。その時に、ビジネス界のトップや、会社の経営者に求められるのは「効果的な戦略を立案し」、「実行」する能力です。もちろん日本語学校の経営者にも、同様の戦略が求められています。

どんな戦略をとるのか、戦略のある経営者となし経営者では長期的な業績を見た場合に明らかな結びつきがあります。

ビジネス日本語のクラスで「戦略」について考えるときには、マイクロソフト社のインターネット戦略、中国におけるコココーラ戦略、マクドナルドの人的資源戦略などを例として挙げてはどうでしょうか。世界的に知られている企業ですから、留学生たちにも理解しやすいと思います。教師側もウエ

ブ検索などから、あらかじめ授業に導入するための資料を作っておくという
と思います。

戦略を立案する経営者



戦略のない経営者

代表的な戦略論

ここでは「マイケルポーターの5S」といわれる戦略を紹介しましょう。
日本語学校や大学を想定して、マイケルポーター(Michael Porter)の「5

つの競争要因(Five forces)と呼ばれるモデルを使って「日本語業界分析」を試してみると、具体的な「戦略」がイメージできます。

1 業界内の企業どうしの ポジション争い

日本語学校はどこが生き残るのでしょうか。日本語コースのある大学も、生き残るコースと閉鎖されるコースが出てくるかもしれません。

なぜなら、「限られた留学生枠」では、必然的に「ポジション争い」が起きるものです。経済不況になって、留学生の数が減ってくるとますますポジション争いは過酷になるかもしれません。

2 新規参入者の脅威

日本語学校がどんどんできてきている今、「留学生獲得競争」は激化しています。

しかし、日本語教育の世界にとって良いことは競争力が激化すれば、学校の施設を良くしたり、教育の質を上げたり、あるいは学費を値下げしたり、留学生のために特別な奨学金を出したりと、プラスの要素もあります。

グループワークによる資料収集とディスカッション

1

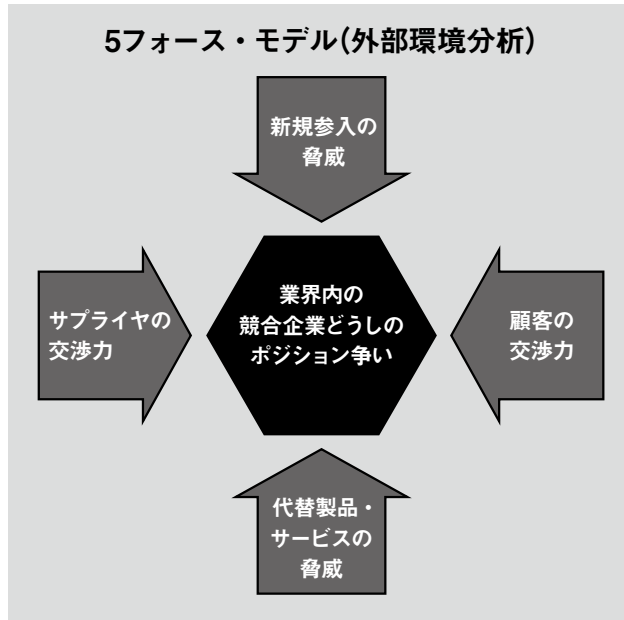
マイケルポーターのfive forcesの図を見ながら、ある日本語学校または大学などについてグループでテーマを決め、ウェブから資料を集めましょう。

2

次に資料を比較しながら、その学校や企業のfive forcesについて話し合います。

3

留学生のアルバイト先の企業について考えてみるのも良いかもしれません。



代替品が出現する脅威は、日本語業界には常にあることです。例えば、私が担当しているエコールプランタンの「日本語教師養成講座」では、四月から「ビジネス日本語入門講座」を開講しましたが、今は同様の講座がないの

4 代替製品・サービスの脅威

ビジネス界では、買い手や供給業者が製品の価格、品質、量に圧力をかけることで、業界内の企業に影響を及ぼすことがあるのです。

3 顧客の交渉力 〔供給業者と買い手の交渉力〕

ある日本語学校が授業料を値下げしました。日本語教員の質を落とし教員への給料を低くしたり、合同授業のクラスを増やして、授業も個別に対応する授業が少なくなりました。

それでも、授業料を値下げしたこと、この日本語学校には学生が増えています。

5 サプライヤの交渉力

サプライヤとは供給業者のことです。一般的には供給業者が影響力を強めるのは次のような場合だといわれています。

- ① 少数の供給業者に支配されており、供給先となる業界よりも集中が進んでいる場合
- ② 供給する製品が差別化されており、供給業者を替えることが困難な場合

上記の二つに当てはまる日本語学校・大学のコース、企業などがあなたの周りにありますか。あるとしたら、その「企業」は戦略に長けているということになります。

これからは「戦略」をたてて、物事を進めていく時代なのです。

新たな日本語学校や大学の日本語コースができる時、「既存の競合他社（他大学、他の日本語学校）がどのように反応するかが問題となります。

多くの学習者が受講していますが、もし他にも同様のコースができれば競争になっていきます。代替品とはこのように「それに代わるもの」、つまり日本語教育では教育内容を指す場合が多いのです。

皆さんの周りで「代替品の脅威」のない日本語学校や大学のコースがあるかどうか捜してみてください。